

跟着博主打卡野生景区

安全风险谁来承担?

跟着旅游博主打卡“网红”野生景区,一旦遇到风险、发生意外,究竟该向谁追责?近年来,汇集大量旅游攻略信息的社交平台遇到了新的内容治理难题。业内专家及法律界人士认为,旅游户外风险需要多方承担起责任,协同进行治理。博主不能为博眼球发布不实信息或有意回避风险,平台也需担负起风险提示、内容审核的责任。游客也应认识到,自愿参加带有风险的文体活动受到伤害,一般来说风险需自行承担。

旅游信息传播进入网络视听时代 社交平台“出手”治理相关内容

中国旅游景区协会副秘书长周莉媛引用的一组数据显示,2016年至2019年期间,在线旅游预订用户呈现快速增长,3年内在线旅游预订用户的增幅约是网民数量增幅的3倍,“这显示出旅游信息传播将全面进入网络视听的新时代,网络平台将成为广大游客获取旅游信息的主要渠道”。

为了给用户更好体验,包括短视频平台、在线旅游平台、地图软件、点评类软件等相关互联网平台也着手进行出行内容治理。抖音发布了《关于开展旅游招徕治理行动的公告》,对于旅游产品信息的虚假宣传进行治理。快手也发布了关于打击违规发布旅游产品信息行为的公告,对相关内容进行严格审查。

小红书首席风险官许磊介绍,平台已连续多年开展内容风险治理工作,去年十一假期前后,平台内部组建包括生态、安全、产品、运营、技术、审核、客服等跨部门团队,对出行类内容进行专项优化治理。相关治理措施包括建立风险内容分级管控机制,根据媒体报道、用户举报等筛选出明确禁止进入的目的地,对相关内容进行回查清理,上线专项审核策略;其次,对存在风险的目的地、可能存在风险的关键词,在搜索栏等显著位置进行风险提示;第三,鼓励用户对相关违规内容进行举报,并对举报入口进行了升级,建立绿色通道加快举报处理速度;第四,鼓励博主发布倡议,倡导用户遵守相关规定,安全出行,避免过度美化,真实分享。

野生景区风险收集滞后 风险管控需多部门协同

根据文化和旅游部公布的数据,截至2021年末全国A级景区已经达到1.4万个。与此同时,重庆李子坝轻轨穿楼等网红打卡点不断涌现,户外运动热度迅速上升,为相关内容的治理提出了新命题。

在治理过程中,互联网内容平台表示遭遇多种难题,如野生景区管理尚不规范,信息缺乏,只能根据媒体报道等收集存在风险的景点,存在一定滞后;蹦极、高空秋千等正规开展的景区活动,一旦发生事故责任如何界定等,均对内容治理提出了挑战。

北京联合大学中国旅游经济与政策研究中心主任曾博伟总结了旅

游活动中长期存在的风险因素,而对于这些行业风险的治理也存在三大难点:一是旅游概念边界不清晰,在管理上职责难以划分;二是涉及部门众多,需要多个领域部门或机构协同;三是消费者自身对于风险估计不足,对消费者的风险教育不够。

在相对应的平台责任方面,北京大学法学院副院长薛军认为,不同类型的旅游平台存在很大差别,要建立与平台相匹配的责任体制。如果平台建立起明确的身份管理制度、及时删除用户投诉举报的违规信息、履行安全保障义务对危险行为进行充分提示以及加强与相关部门协同治理。

成年人要自担风险 博主发布信息也需自我规范

就旅游活动中的安全风险问题,中国政法大学比较法学研究院教授刘文杰表示,《民法典》第1176条可供参照,该条规定,成年人自愿参加带有风险的文体活动受到伤害,一般来说风险由参与者自行承担,除非其他参与者对损害的发生

有故意或者重大过失。

作为内容分享平台上的发布主体,内容创作者在发布信息时需要进行自我规范,也被与会专家认为是重要一环。“在发布景点体验类信息时,博主不能发布欺骗性误导性的信息,而如果博主做到真实传达旅游体验,



并对可能存在的危险进行合理提示,除去极端情况外,这样的信息一般来说是合法的。”刘文杰教授说。

对旅游和出行相关风险治理,多位专家建议,由于涉及环节众多,需要多方承担起责任,协同进行治理。

周莉媛副秘书长认为,此前已有多部法律法规出台,为旅游安全提供了切实保障,但面对新业态、新特点,

相关部门还需要进一步制定相关政策、行业规范等。

周莉媛强调,相关各方需要协同治理,如景区要加强自身风险管理与培训,各个互联网平台需要加强对相关内容的治理,同时建议游客选择有资质景区景点,创作者不要为了博取眼球发表一些不文明、不安全、不真实的内容。

平台责任并非“难以承受” 面对违规行为还得“立规矩”

北京市京师律师事务所合伙人王辉表示,围绕旅游平台的社会热点事件也越来越多,平台应该承担什么样的责任引起了业内探讨。他表示,近年来,国家对于旅游类平台的监督、要求越来越细致,但是并没有要求平台承担一些不能承担的责任。司法机关、立法机关、行政部门,做到了行业发展和乱象规制问题解决的兼顾,也做到了平台的经营者以及消费者之间的利益平衡。

虽然说现在公众和舆论一直有要求平台承担更多法律责任这样的呼声,但实际上,法律机关要求的义务是平台能够完成的,比如说通知和标错的义务等。当然,如果平台知道违法情况而不制止,追究其责任,或者要求承担相应的连带责任是理所当然的。对于一些极端情况,比如为了追求流量、为了追求经济利益,放纵甚至说帮助内容发布者对于存在着风险隐患的景点进行

内容发布和生产,平台承担的就不仅仅是事故发生之后的连带责任了,还应该根据《广告法》《消费者权益保护法》《电子商务法》承担相应的责任。

但王辉也强调,立法和司法相对的宽松并不意味着平台就可以高枕无忧了,因为合法合规只是最基本的要求。“一个平台就算没有被起诉,但发布了导致游客遭遇伤害的信息,对其口碑也会产生影响。”他表示,平台要在法律责任以外,意识到自己既是市场主体,也是规制主体,是有双重属性的相关方。也要认识到平台和用户之间,并不仅仅是司法关系,还可以通过制定规则,对用户进行权益义务的规制,同时对违规行为进行处罚。具体的措施有法律手段、契约手段,通过多种手段的叠加,建立起事先、事中、事后的规则机制,才能使平台在不违法的情况下做到行稳致远。

来源:北京青年报